Philippe Eveillard

La curation de contenu avec Scoop.it

screencast

Scoop.it recherche, édite et diffuse des contenus « empruntés » aux sites Web et aux blogs. Vous souhaitez « soigner » votre e-réputation sur un de vos centres d'intérêt. Plusieurs solutions s'offrent à vous : bloguer, tweeter, annexer Facebook ou plus simplement éditer un webzine alimenté par des contenus récupérés sur le Web. Pour cette dernière solution, Scoop.it s'occupe de tout : de « l'alimentation », de l'édition et de la diffusion.

La veille : un thème et des mots-clés

La première mission de Scoop.it est d'explorer le Web à la recherche de documents en rapport avec votre thème de prédilection. Ce thème a été déterminé lors de la création de votre compte, en même temps que les mots clés qui le caractérisent.

Pour accomplir sa mission de recherche et de veille, Scoop.it dispose d'un petit éventail d'outils de recherche, appartenant notamment à la galaxie Google (Google News, Google Blogs, YouTube). L'éventail peut être élargi en activant la fonction manage sources et le filtre source type (avec une extension de la recherche à Slideshare, à des flux RSS ou à une recherche spécifique Scoop.it). Scoop.it affiche le résultat de ses recherches dans un cadre suggestions où sont proposées des pages Web destinées à alimenter le contenu de votre webzine (journal en ligne). Au final, c'est vous qui décidez celles que vous retiendrez et celles qui iront à la poubelle.

L'édition : un modèle unique de webzine

Pour publier votre sélection (celle que vous venez de faire dans le cadre suggestions), il suffit d'un clic de souris sur publish dans chacune des pages sélectionnées.

Lors de la création de votre compte, vous avez téléchargé dans votre volet des favoris (ou votre barre personnelle) un bouton Scoop.it. Il sert à insérer dans votre webzine les pages résultant de votre recherche personnelle sur le Web (sans l'aide de Scoop.it). Cette insertion peut aussi se faire à l'occasion de votre navigation sur le Web et d'une rencontre avec une page correspondant à votre thème.

Les webzines de tous les utilisateurs de Scoop.it sont sur le même modèle reconnaissable entre mille. Chaque webzine a une adresse (URL) du type http://www.scoop.it/t/theme-by-auteur. À cette adresse, votre journal en ligne est à la disposition de tous les internautes. Il est libre en lecture mais réservé en écriture puisque vous êtes le seul à pouvoir lui fournir du contenu.

La diffusion : les réseaux sociaux

À chaque fois que vous insérez une page Web dans votre webzine, vous avez la possibilité de l'afficher simultanément dans un réseau social, sous réserve que vous ayez un compte dans ce réseau. Les plus classiques sont Facebook, Twitter et Linkedin, mais vous pouvez choisir des moins fréquentés comme Tumblr, ou un groupe de Linkedin. Dans le réseau social, la page s'affiche avec en arrière-plan le webzine qui la contient.

Diffuser une page Web dans les réseaux sociaux, c'est partager un contenu avec un grand nombre d'internautes. Si ce contenu est d'un intérêt majeur (thème, qualité), c'est la meilleure façon de servir la e-réputation de son auteur.

Le modèle économique : freemium

Scoop.it est gratuit et libre d'accès si vous n'utilisez qu'une partie de ses capacités, à savoir : deux thèmes et deux réseaux sociaux. Il devient payant si vous souhaitez franchir ces limites. La première formule payante autorise la création de cinq thèmes (et donc de cinq journaux en ligne) et la diffusion dans tous les réseaux sociaux, sans limites. La seconde formule payante permet de créer 15 thèmes et offre d'autres « services plus » comme la publication d'une newsletter hebdomadaire.

Ce modèle économique est baptisé freemium car il est *free* (libre et d'accès gratuit) pour des fonctions limitées et *premium* (fonctions avancée), sous réserve d'une participation financière sous forme d'un abonnement payant. •

LA CURATION DE CONTENU

Elle comporte plusieurs étapes successives :
- la définition du thème de la veille (c'est le « topic » de Scoop.it) ;
- la collecte des documents (pages Web, posts de blogs, présentations de Slideshare, vidéos de YouTube…) ;
- la sélection des documents (c'est le tri dans la page « suggestions » de Scoop.it) ;
- l'édition de la sélection dans un espace documentaire qui peut être un journal en ligne, un site personnel ou un blog ;
- le partage par l'intermédiaire des réseaux sociaux et notamment du trio Twitter-Facebook-Linkedin.

La curation de contenu a deux mérites : elle met en place une veille originale et performante et entretient la e-réputation du curateur dont le savoir-faire finit par être reconnu grâce à la pertinence de ses choix. •

LA REVUE DU PRATICIEN - TOUS DROITS RESERVES